

打击微博谣言 保障网民权益

——解读《微博客信息服务管理规定》

自2010年以来，微博客便成为广大网民获取信息、休闲娱乐、情感交流和分享倾诉的重要渠道。然而，近年来层出不穷的滥用“热搜”传播低俗信息、持续炒作、散布谣言以及违法信息等问题，在误导公众的同时也损害了公共利益。

为促进微博客信息服务健康发展，保护公民、法人和其他组织合法权益，维护国家安全和公共利益，国家互联网信息办公室2日公布《微博客信息服务管理规定》，对微博客服务提供者主体责任、真实身份信息认证、辟谣机制、行业自律、社会监督及行政管理等予以明确。专家认为，规定将成为新时代微博客健康有序发展的重要指引。

国家网信办相关负责人表示，微博客近年来极大地丰富了人民群众的精神文化生活，同时，部分服务提供者

安全意识不强，管理措施和技术保障能力不健全不到位，造成一些不法分子炮制的低俗色情、民族歧视、谣言诈骗、传销赌博等违法违规有害信息传播扩散，损害公民、法人和其他组织合法权益，影响健康有序的网络传播秩序，亟待依法依规予以规范。

“在违法违规微博客信息中，网民最反感的当属网络谣言。特别是有个别自

媒体滥用微博客，为博取关注获取商业利益，在没有新闻信息服务资质的情况下发布未经核实的新闻信息，甚至以捏造、杜撰等方式违法发布所谓的‘独家新闻’，严重侵害了公众知情权，网民对此反映强烈。”

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说，微博客平台作为网民每天活动的共同家园，在获取商业利益的同时，必须承担起法律责任，社会责任和道德责任。

国家网信办相关负责人介绍，在微博客信息服务管理方面，规定明确，微博客服务提供者应当落实信息内容安全管理主体责任。包括建立健全各项管理制度，具有安全可控的技术保障和防范措施，配备与服务规模相适应的管理人员。

制定平台服务规则，与微博客服务使用者签订服务协议，明确双方权利义务。按照“后台实名、前台自愿”原则，对使用者进行真实身份信息认证，并保障使用者个人信息安全等。

为维护网络新闻信息安全，规定要求，向社会公众提供互联网新闻信息服务的，应当依法取得互联网新闻信息服务许可，并在许可范围内开展服务，禁止未经许可或超越许可范围开展互联网新闻信息服务活动。

在治理虚假信息方面，规定还强调微博

客服务提供者应当建立健全辟谣机制，发现微博客服务使用者发布、传播谣言或不实信息，应当主动采取辟谣措施，从源头上保证信息真实性；另一方面，将举报的权利赋予了全体网民，要求平台需要接受社会监督，设立便捷举报入口，及时处理公众投诉和举报。

“平台对微博使用者发布的违法信息除了要做到及时采取必要措施以外，还应保存记录并向主管部门报告。”朱巍说，将网络内容安全与网络安全写入法治原则，这对平台长远利益、社会公共利益和网民合法权益来说，都是一件好事。只有监管部门、平台、用户和全体网民齐抓共管，良性互动，才能真正建立信息真实的网络清朗空间。

新华社记者 王思北 (新华社北京2月2日电)

文化部清理3800余条恶搞红色经典视频

本报北京2月2日专电 (驻京记者周渊)记者2日从文化部获悉，针对近期有关媒体曝光的恶搞《黄河大合唱》等红色经典及英雄人物视频的问题，文化部立即部署查处工作，排查清理有关恶搞视频，要求互联网文化单位自觉抵制恶搞红色经典及英雄人物的互联网文化产品。截至1月30日，各主要互联网文化单位共清理下线涉及经典革命歌曲的恶搞视频3898条、恶搞音乐165首。

据了解，1月28日监测到网络舆情后，文化部立即研究部署查处工作，排查清理下线恶搞视频，并召集优酷土豆、腾讯、爱奇艺、百度、新浪、搜狐、秒拍等17家主要互联网文化单位，召开监管通气会，明确排查范围，要求各网站举一反三，全面清理同类恶搞视频和音乐。

文化部文化市场司有关负责人表示，文化部将进一步加强互联网文化市场监管，紧盯恶搞红色经典及英雄人物、格调低

俗的互联网文化产品，加强网络巡查，一旦发现，立即责令下线；严查价值导向偏差、含有法律法规禁止内容的互联网文化产品，情节严重的，依法从重查处并列入文化市场黑名单。进一步加强对互联网文化单位的引导规范，要求其严肃对待经典革命题材文化作品，尊重历史、敬重经典、礼赞英雄，自觉抵制和清除不良内容，提供积极健康、向上向善的互联网文化产品。

专事炒作明星绯闻隐私账号被永久关闭

新华社北京2月2日电 记者2日从国家互联网信息办公室获悉，针对一段时期以来部分平台、机构和个人的大肆炒作明星绯闻隐私和娱乐八卦等低俗之风，国家互联网信息办公室会同公安部、文化部、国家税务总局、国家工商总局、国家新闻出版广电总局，对热衷炒作、涉嫌违法违规的各类行为主体进行全面排查清理和依法综合整治。

据悉，即日起，相关网络平台对“卓伟粉丝后援会”“全明星通讯社”“娱姬小妖”等专事炒作明星绯闻隐私的账号进行永久关闭。六部委按职能、分领域进一步加强对新浪微博、腾讯、百度、优酷、秒拍等网络平台的依法从严监管。对北京大风行锐角度文化传播有限公司、卓伟视界(上海)影视工作室等相关企业经营活动进行检查，对发现的违法违规行为进行依法惩戒。

国家网信办有关负责人指出，低俗炒作、大肆渲染明星绯闻隐私严重扰乱了网络传播秩序，传递了错误导向，侵害了公民合法权益尤其是青少年的身心健康，引起社会各界强烈反感。通过联合整治打击低俗炒作行为，将进一步形成依法从严监管的震慑，督促和约束相关平台、机构和个人的切实履行社会责任，坚持守法合规经营，维护互联网传播秩序，营造天朗气清的网络空间。

国家大剧院集世界一流阵容打造马斯奈经典歌剧

“歌剧之王”多明戈领衔《泰伊思》首演

本报北京2月2日专电 (驻京记者周渊)2日晚，77岁高龄的世界著名歌唱家普拉西多·多明戈在北京观众的翘首期盼中登上国家大剧院舞台，领衔主演马斯奈歌剧名作《泰伊思》。在这部被多明戈视为转型与突破的作品中，他扮演修士阿塔纳埃尔，其与交际花泰伊思灵与肉的纠葛及其对信仰和人性的思辨，都在美妙的乐声中久久回荡。

《泰伊思》曾是世界舞台上最受欢迎的歌剧之一。其剧本源于诺贝尔文学奖获得者阿纳托尔·法郎士同名小说，由法国作曲家儒勒·马斯奈谱曲，作曲家在其中贡献了他最为知名的代表作《沉思曲》。《泰伊思》于1894年在巴黎歌剧院首演，但自20世纪中叶开始，在世界歌剧舞台上逐渐成为一部“冷门”。过去几年间，随着多明戈、弗莱明等歌唱家的努力，这部经典歌剧迎来了复兴，也首次来到中国观众面前。

悬挂半空的荆棘王冠、19世纪带有镜框的舞台、巨大的维纳斯头像……如诗般的舞台与马斯奈美妙动人的音乐相融合，国家大剧院制作的这一版《泰伊思》再现了法国歌剧的神韵。阵容方面，用“星光熠熠”来形容毫不为过，除多明戈外，该剧制作云集了法语歌剧指挥翘楚帕特里克·富尼耶，著名导演、舞美设计大师乌戈·德·安纳，饰演泰伊思的当红女高音歌唱家埃莉莫奈拉·亚赫，此外还有众多活跃在中外歌剧舞台的佼佼者。

2014年他“如愿以偿”首次在洛杉矶歌剧院出演《泰伊思》“男一号”阿塔纳埃尔，这个角色也成为其歌剧生涯中的第139个角色。

对此番《泰伊思》首次在中国上演，多明戈投入了诸多心血，比如他特意安排了凌晨时分抵达北京，以便赶赴国家大剧院“无缝衔接”观看另一组演员排练并试装。在紧凑的媒体见面会上，他耐心地用半小时向记者描述剧情，诚挚分享自己的感受。“我知道大家翻翻节目册就能了解这些剧情，之所以与大家分享这些，是希望我的情绪能感染到大家，这部作品是剧情和音乐经过无数次打磨最终形成的完美艺术品，也希望通过它让更多人了解法国歌剧的美妙之处。”

刚过完77岁生日的多明戈坦言，演绎《泰伊思》仍是一次挑战，“这个角色唱

段很长，男女主角的二重唱几乎贯穿全剧，但我依然觉得这个挑战非常美好。”值得一提的是，近年来京城观众多见这位“歌剧之王”的频率颇高。多明戈与国家大剧院的缘分可以追溯到2012年大剧院举办第20届“多明戈世界歌剧声乐大赛”，2013年以来，他先后出演了国家大剧院制作的《纳布科》《西蒙·波卡涅拉》《麦克白》以及2018年度的开年大戏《泰伊思》等4部作品。

谈及古典音乐在中国的发展，面对当下热议的“中国将成为古典音乐拯救者”话题，多明戈表示，30多年前首次来北京演出，台下庞大的观众群体便让他深受感动。他说：“当下，城市生活迅速发展，更有许多艺术机构不遗余力地推动古典乐发展，每一次来中国演出都能带给我新的感动。”



悬挂半空的荆棘王冠、19世纪带有镜框的舞台、巨大的维纳斯头像……如诗般的舞台与马斯奈美妙动人的音乐相融合，国家大剧院制作的这一版《泰伊思》再现了法国歌剧的神韵。图为《泰伊思》剧照。 凌风摄

从平昌眺望北京：冬奥会不知道的故事

1992年，16岁的花样滑冰运动员陈露第一次去法国阿尔贝维尔参加冬奥会，她发现短道冰面上居然还有一个奥运的LOGO，新鲜的事情实在太多，“眼睛都不够用。”2002年，19岁的滑雪运动员李妮娜第一次去美国盐湖城参加冬奥会，教练给的任务是“体会”，她和伙伴们常常逛奥运村的纪念品商店，收集各种新鲜的东西，“看到别的国家运动员屏息、凝神想动作，我觉得有那么紧张吗？”因为放松，她初次出征奥运，就得了第五名的好成绩。2000年，全球保健品行业的领导品牌安利纽崔莱成为中国奥运代表团的官方营养保健品。18年来，纽崔莱与中国奥运军团携手走过四届夏季奥运会、四届冬季奥运会。而2022年，中国即将首次举办冬奥会。

一切都从难忘的第一次开始。保持平常心的“第一次”让奥运健儿陈露、李妮娜更纯粹，更专注；而始于2000年的第一次合作，也让安利纽崔莱始终不忘初心，更加精益求精；而2022年中国首办冬奥会也将别具意义，值得翘首以盼。

日前，在安利纽崔莱助力中国奥运军团出征2018平昌冬奥会的仪式上，一场“回忆第一次参赛”的访谈，将人们引向对冬奥会的深度认识和对2022年北京冬奥会的期盼中。

从2018展望2022：冰雪项目正蓬勃发展

1994年，18岁的陈露在利勒哈默尔冬季奥运会中获得了中国第一枚(也是亚洲第二枚)花样滑冰冬奥会奖牌。1998年，这位中国花滑运动的功勋运动员退役，如今，她的女儿正在展现良好的天赋。2015年7月，中国申办2022年冬奥会成功，让陈露倍感兴奋。对于即将于2月9日举办的平昌冬奥会，她预祝冰上项目是中国运动员的夺金点。“双人花滑项目上中国队员比较有实力。单人滑上，男子的金博洋已在两届世锦赛上得了铜牌，希望此次能有所突破。”陈露同时展望中国女子单人滑选手能够在2022年北京主场时有新斩获。“比赛变幻莫测，最终要看谁能拿出更好的竞技状态。”尽管期待中国女单花滑能早日进入第一集团的阵容，但陈露作为内行人，言语拿捏得很有分寸。

①中国奥委会和安利公司的代表与陈露、李妮娜出席了出征仪式。

②中国首位花滑奥运奖牌获得者、花样滑冰运动员陈露。

③2022北京冬奥会中冬奥大使、自由式滑雪运动员李妮娜。

比起冰上运动的相对突破，雪上运动在中国崭露头角。2022年北京冬奥会申办大使、“雪上公主”李妮娜说：“昨晚(1月22日)，中国跳台滑雪拿到了一个女子队的名额，这是中国第一次进入到‘大名单’，运动员应以练兵为主。”李妮娜联想到自己初征冬奥会的经历，希望后生们通过2018年平昌冬奥会锻炼自己，“理解什么是奥运会，理解大赛的感觉。”同时，她又为2022年北京冬奥会申办成功后，中国蓬勃发展的雪上事业感到欣慰。

雪上竞技项目的展开，和全民滑雪基础密切相关。中国申奥时曾提出了“三亿人上滑雪场”的愿景。申奥成功后，2014年到2015年度，我国滑雪人数是1030万；2015年到2016年，1250万；而2016年到2017年，达到1500万。然而，按照“体育人口”的要求，则需要每周活动频率3人以上，每次30分钟，中等以上运动量。所以，要实现

“三亿人上滑雪场”的愿景，任重而道远。而从滑雪爱好到滑雪竞技，又是一个台阶。好在每次冬奥会比赛项目的完美呈现，都会成为人们爱上冰雪项目的强大催化剂。

索契最后一跳：赋予微笑以自己的意义

“雪上公主”李妮娜参加过四届冬奥会，曾荣获中国自由式滑雪项目第一个世界杯总决赛冠军，也是中国首位获得空中技巧世界排名第一、首位获得世锦赛冠军的运动员，她甚至蝉联了2005、2007、2009三届世锦赛冠军。在出征仪式上，李妮娜分享了在“索契一跳”背后鲜为人知的瞬间。

2012年，李妮娜海外学习两年后回国，接到备战2014年索契冬奥会的任务。因为急于完成动作，她在体能尚未恢复就提前训练的情况下，造成韧带

断裂。在体育总局的帮助下，她去香港康复治疗，最终创下了半年就康复的医学纪录。可是，接下来仅有六个月的时间来完成训练动作了，难度不言而喻。很快就到了索契冬奥会的时间，由于阳光强烈，俄罗斯索契的雪化得迅速，白天也无法训练。“我在最后一跳出发时，告诉自己绝对不能用力了，因为此前已经翻过身，但出台一刹那，还是用力过多了，贴着台皮往下掉。”由于在空中无法借到任何力量，她觉得膝盖后面疼，一瞬间无法动，“我的脚着地时，队医冲过来要扶我走，想到电视机前那么多关心我的人会牵挂，我婉拒了。”李妮娜回顾着往事，生动的描述让与会者仿佛回到索契，她继而解开了自己的“经典微笑”。“当时，大家都以为我哭了，其实我是擦掉脸上的一块小雪片，紧接着我露出了一个微笑，无意识的，只是觉得比赛结束了。”对于媒体给予微笑的很多解读——摔得那么惨还能笑

出来，李妮娜也特别感动，“我希望我的比赛是能够笑着完成的”，她说。

运动员的巨大体力付出和心理承受力令人尊敬和佩服。而粉丝们的关爱、国家队的支持，奥运赞助团队的体贴往往给了他们战胜困难的力量，李妮娜也由衷表示对安利的感谢。今年，纽崔莱为出征平昌的中国奥运健儿提供了提高免疫力的植物蛋白粉、倍立健片，减缓备战压力、提高睡眠质量的倍益舒片，以及控制体重的乐纤系列产品。陈露羡慕地调侃自己“退役早了”，继而和大家分享了地控制体重的“辛酸故事”。

花滑背后的代价：为了控制体重的饥饿疗法

陈露，身高1米68，曾被业界认为不具备花滑的身高优势，但是，出于对花滑的热爱，她硬是闯出了一条自己的道路。在对付体重上，也创下了一个月减20斤的惊人纪录。“那时真的是生饿，饿到躺下以后就觉得胃贴在后背上，只能趴着睡。”但是，为了做好动作，必须控制体重。“面论论起来，我都不记得米饭的滋味。”依然高挑清瘦、有着修长双腿的陈露还回忆起当时和短道速滑运动员分吃一块排骨的故事。对方需要增加体重，“把排骨上的肉剔给对方吃，自己吮吸骨头。”这些鲜为人知的细节更增添了现场听众对运动员的敬意，成绩背后是多么大的牺牲和克制!

2000年，刚刚进入中国的安利纽崔莱很快就以其专业、安全的产品和卓越的服务成为中国奥运代表团的官方营养保健品。截至平昌冬奥会，安利纽崔莱已与中国奥委会携手走过18年，为4届夏季奥运会、4届冬季奥运会的中国代表团提供纽崔莱营养食品。2018年平昌冬奥会，也将成为安利纽崔莱陪伴中国奥运代表团走过的第5届冬季奥运会。作为2000年后出征冬奥会的运动员，李妮娜则分享了她的体重控制故事，“作为滑雪运动员，我们飞得那么高，落地时体重都是自己承受的，所以我和另一位队友常年体重不过百。但一有风，一有雪，别人能正常飞出去，而我俩却滑点就不够。所以教练每天盯着我们吃饭，必须要吃一定的量，还每天要补充营养品。我们一般都会用体育总局指定的赞助商的产品。”据悉，18年来，安利纽崔莱提供给奥运代表团的

每批次产品都需要通过国家体育总局兴奋剂中心严格的兴奋剂及产品品质检测。这也充分证明了纽崔莱产品的质量、安全、功效及稳定性已达到更高标准，并得到了国家权威部门认可。

提到作为奥运会赞助商18年的历史，安利大中华首席市场运营官余放幽默地比喻为“18年没有产生审美疲劳，是因为彼此三观一致。”作为奥运精神提倡的是“更高、更快、更强”，而安利是从种子到成品的严格质量管控，因而也能一次次顺利通过比普通食品检测严格300倍的运动员食品检测。而这一次，在平昌冬奥会举办前50天，安利纽崔莱就已经启动了“营养支持计划”，为运动员配发随行包，内有提高免疫力的产品，缓解压力的产品，控制体重的产品。今年，安利纽崔莱还提供了进一步关怀中国运动员的服务，将在奥运之家设立安利纽崔莱加油站，为运动员提供7x24小时营养服务，做到了“全周期、全方位、全专业”的支持。

在为运动健儿做科学保障的同时，一个传播营养知识的“冠军早餐自然赢”推广活动也在网络上进行，目前已有218个城市响应，近3万人参与，45万人浏览了页面。

出征仪式上，大家都特别注意李妮娜所说，就在那次以平常心首次参与的冬奥会上，她超常发挥，得了第五名。那时，她就对自己说：以后的比赛也一定要保持这样的初心。而本来已在美国定居的陈露在北京申冬奥成功后，毅然回国办起了滑冰俱乐部，培养更多的种子选手。两位冬奥会的功勋运动员鲜为人知的事迹，让大家看到了她们的初心与坚守；而安利纽崔莱则以“自然的精华，科学的精粹”的品牌理念，坚持从种子到成品的严格质量管控，为奥运健儿提供更专业的营养支持，为消费者提供与奥运同样标准的优质产品。这就是具有84年历史的全球营养保健行业领军品牌的初心与坚守。

1980年，中国首次参加了从1924年开始举办的冬奥会，42年后的2022年，北京将举办冬奥会。带着“让3亿人上冰雪”的愿景，走在“健康中国2030”的小康路上，使更多的国民热爱运动，让体育人口增加，催生更多冬奥会运动健儿诞生，这就是北京冬奥会的初心。(慕容)